



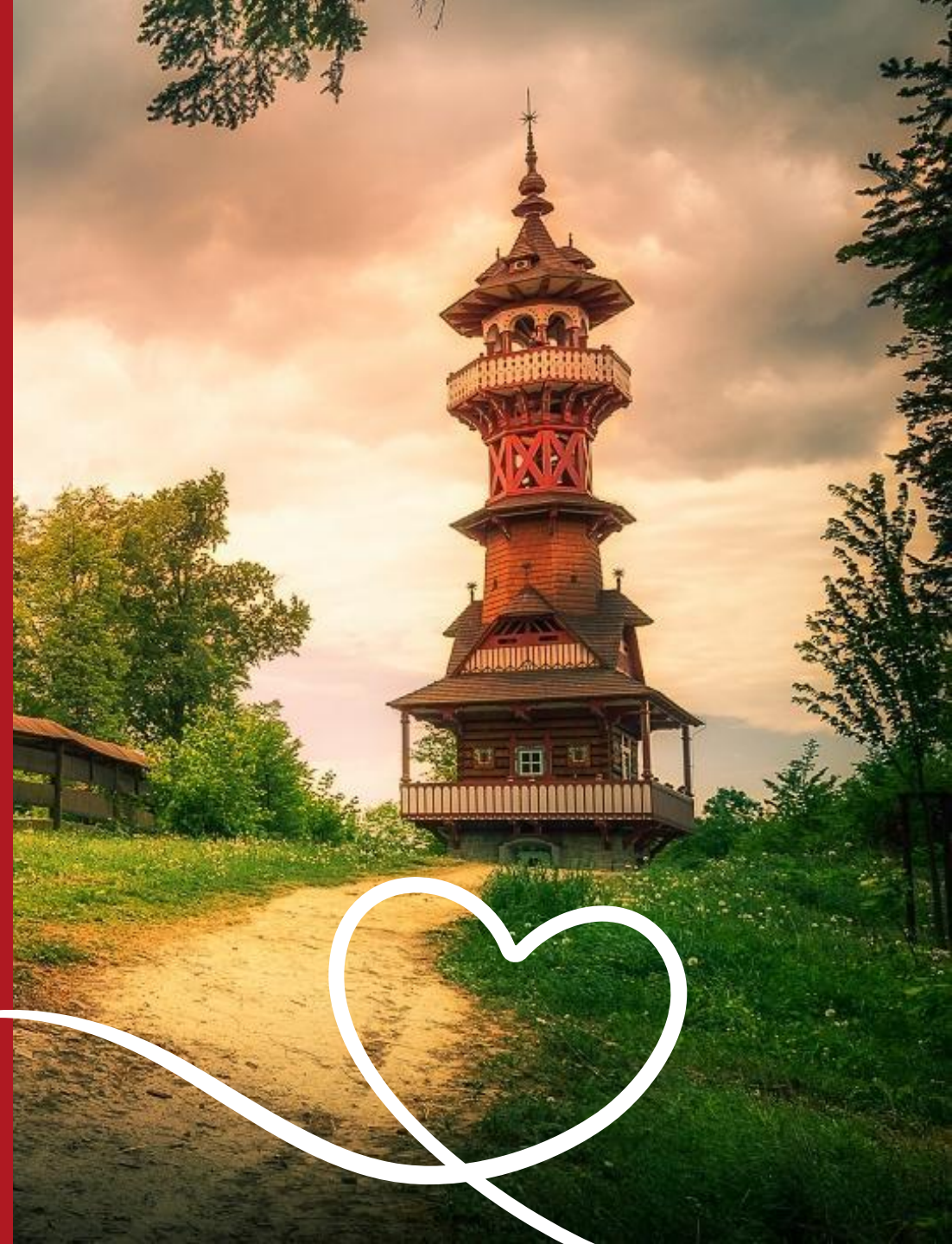
Konference

„Cestovní ruch ve Zlínském kraji“

Mgr. Zuzana Vojtová

Luhačovice

18. 2. 2025





Základní dokumenty

- Koncepce rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje 2020 – 2030
- Strategie činnosti CCRVM 2025 – 2030
- Akční plán činnosti CCRVM na rok 2025

VIZE

Destinační management:

Profesionální organizace s efektivní spoluprací na oblastní i národní úrovni, spolupracující s profesionálním týmem odborníků, schopna reagovat na měnící se podmínky ČR.

Destinační marketing:

Východní Morava – jako synonymum pro autentický a zážitkově bohatý turistický region. Marketingová komunikace bude založena na principech udržitelnosti, autenticity a vytváření přidané hodnoty pro místní komunity.

CÍLE

Zvýšení počtu návštěvníků destinace Východní Morava.

Prodloužení délky pobytu návštěvníků (s ohledem na současné trendy).

Maximální využití turistického potenciálu regionu.

**Jeden region,
čtyři oblasti,
tisíce chutí.**

**Turistu hranice
nezajímají**





Destinační marketing

- Základní marketingový nástroj
www.vychodni-morava.cz
- Komunikace na sociálních sítích
- On-line kampaně, výstupy v médiích
- Fam tripy a press tripy
- Tiskové zprávy, Newslettery
- Veletrhy a prezentace v rámci eventů
- Fotografie, videa, tiskoviny...

Klíčová témata – přesah na celý region, v souladu s CzechTourism

- **Kulturní a historické dědictví:** Baťův odkaz, odkaz slavných osobností – Jan Amos Komenský, Cyrilometodějská cesta, židovské památky, poznávací turistika.
- **Aktivní dovolená a přírodní bohatství:** Pěší turistika a nordic walking, cykloturistika, vodní turistika – Baťův kanál
- **Wellness a lázeňství:** Inovativní lázeňské pobyty, přírodní wellness.
- **Gastronomie a vinařství:** Kulinářské cesty, vinařské zážitky.
- **Folklor a tradice:** Živé tradice, moderní interpretace folkloru.
- **MICE, konferenční a business turistika:** zpracování nabídky prostor, doprovodné programy.



Projekty

- **Východní Morava v pohybu (NPPCR)**
Zpracování Strategie činnosti CCRVM 2025 - 2030, pořízení aktuální fotografií a videí, aplikace Bařův kanál, aktualizovaný tisk materiálů, komunikační kampaň, regionální předměty
- **12 měsíců ve Zlínském a Trenčínském kraji (INTERREG)**
Vytvoření cestovatelského vlogu, pořízení digitálních kiosků, marketingová kampaň, krátká videa
- **Pěšky za poznáním Východní Moravy a Trenčínského kraje (FMP)**
Nabídka vybraných naučných stezek obou regionů, tiskovina, malá kampaň
- **Na kole Východní Moravou a Trenčínským krajem (FMP) – ve fázi hodnocení**
- **Podpora destinačního managementu Východní Moravy (NPPCR) – projekt v přípravě**

Vývoj návštěvnosti Zlínského kraje v letech 2019-2024

ZLÍNSKÝ KRAJ - HOSTÉ			
ROK	Celkem	Nerezidenti	Rezidenti
2019	808 937	125 178	683 759
2020	496 819	42 912	453 907
2021	554 052	43 162	510 890
2022	802 061	97 700	705 600
2023	829 368	114 239	715 129
2024	817 876	116 263	701 613

ZLÍNSKÝ KRAJ - PŘENOCOVÁNÍ			
ROK	Celkem	Nerezidenti	Rezidenti
2019	2 270 751	285 161	1 985 590
2020	1 601 540	106 327	1 495 213
2021	1 727 386	99 650	1 627 736
2022	2 263 338	213 600	2 046 100
2023	2 281 791	247 026	2 034 765
2024	2 216 119	243 951	1 972 168



Statistika 2024 vs. 2023

	2023 Celkem	2024 Celkem	1. Q 2023	1. Q 2024	2. Q 2023	2. Q 2024	3. Q 2023	3. Q 2024	4. Q 2023	4. Q 2024
Počet turistů	829 368	817 876	129 496	134 604	222 393	223 017	320 456	299 289	156 203	164 491
Nerezidenti	114 239	116 263	22 009	21 036	30 642	33 869	40 310	43 577	22 325	23 961
Rezidenti	715 129	701 613	107 487	113 568	191 751	189 148	280 146	255 712	133 878	140 530

Otázky pro všechny aktéry v cestovním ruchu:

Jak udržet stálý nárůst turistů?

- Bude stále narůstat počet domácích turistů nebo se budeme o současnou množinu přetahovat s ostatními kraji?
- Neměli bychom se více ucházet také o zahraniční turisty?

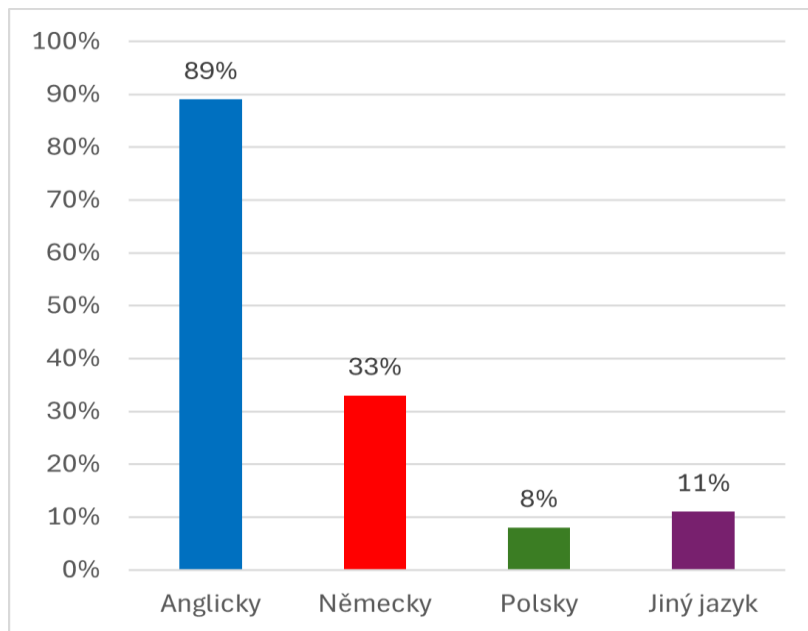
Jsme připraveni na zahraniční turisty?

- Máme dostatečné jazykové vybavení (průvodci, popisky, aplikace)?
- Jaké marketingové kanály využíváme k oslovení zahraničních turistů?
- Jaké zážitky a produkty můžeme nabídnout cizincům?

Průzkum jazykové vybavenosti mezi turistickými cíli

- 36 odpovědí

Jazyky používané průvodci při výkladu



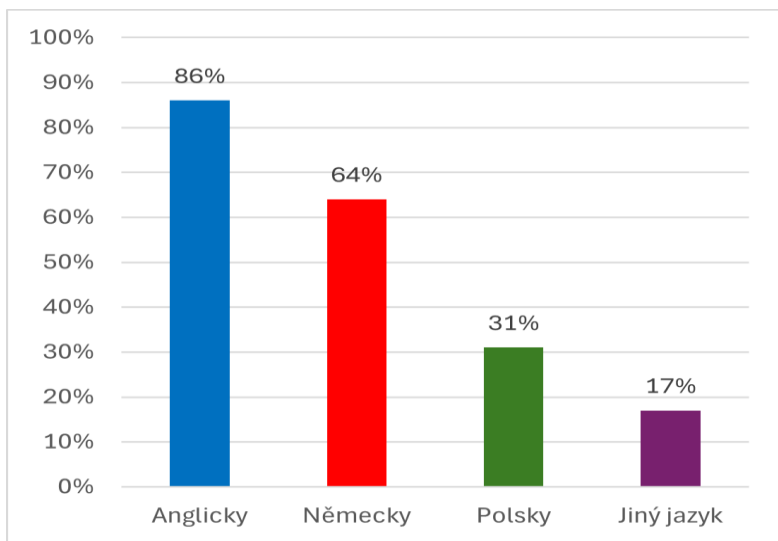
Výsledky: Angličtina většinou není problém, u ostatních jazyků už je to horší

Další jazyky: FR, IT, RU, ŠP, Maďarsky, Holandsky

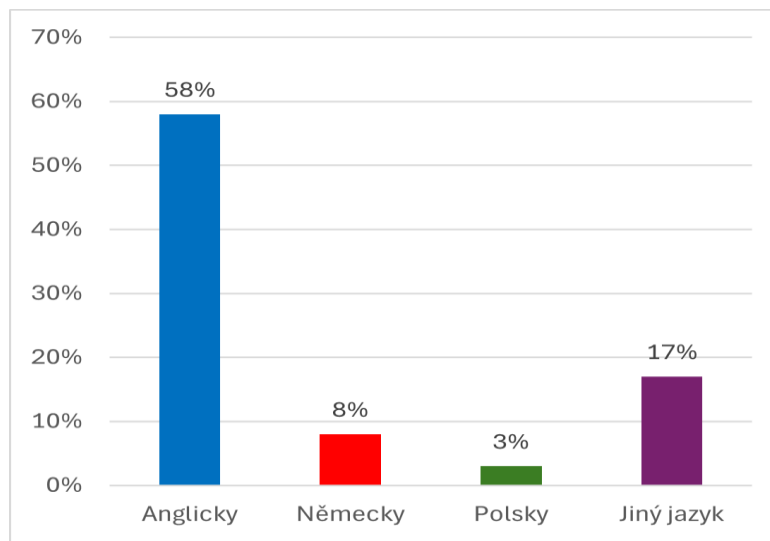
Průzkum jazykové vybavenosti mezi turistickými cíli

- **36 odpovědí**

V jakých jazycích je dostupný tištěný nebo elektronický průvodce



V jakých jazycích jsou popisky u exponátů nebo v prostorách expozice



- **Tištění a elektroničtí průvodce jsou kromě AJ verze často dostupné i v NJ verzi (23) a téměř 1/3 cílů je má i v Polštině (11).**
- **V některých turistických cílech nejsou popisky využívány (vzhledem k druhu cíle není nutné).**

Děkuji za pozornost

Mgr. Zuzana Vojtová
zuzana.vojtova@vychodni-morava.cz

